



ISSN 2384-8898

Supplemento di ArchistoR 12/2019 ISBN 978-88-85479-08-1



Marina Mistretta
Bruno Mussari
Adolfo Santini

LA MEDITERRANEA VERSO IL 2030

Studi e ricerche sul patrimonio storico e sui paesaggi antropici, tra conservazione e rigenerazione



ArchistoR EXTRA

Estratto Angela Busacca, Melchiorre Monaca
Cultural Heritage UGC e tutela dei dati personali

LA MEDITERRANEA VERSO IL 2030

Studi e ricerche sul patrimonio storico e sui paesaggi antropici,
tra conservazione e rigenerazione



a cura di Marina Mistretta,
Bruno Mussari, Adolfo Santini

ArchistoR
EXTRA

Cultural Heritage UGC and Data Protection

Angela Busacca, Melchiorre Monaca
angela.busacca@unirc.it, melchiorre.monaca@unirc.it

The use of new technologies has determined the development and spread of new models of shared knowledge, enhancing artistic and cultural heritage: in particular, through cloud and IoT systems, cultural assets take on the characteristics of "smart cultural objects", becoming modalities of easier diffusion and wider sharing of knowledge.

In parallel, the multiplication of online communication methods has enhanced new and more dynamic ways of knowledge sharing, in particular regarding the "experiential knowledge", which brings together documentary knowledge and a more personal, interpretative character. In this way, we can consider the phenomenon of so-called "semantic heritage community generated data", which, through a series of services (i.e. tagging, QR Code tags and RFID) allow the acquisition and sharing of experiences and contents related to objects of art or monuments and buildings.

The generated data flow collects personal data and non-personal data and therefore requires the adoption of protective measures in compliance with 679/2016 / EU (GDPR) and Regulation 1087/2018 / EU (free flow of non-personal data in the EU), to guarantee rights regarding both people and properties.

The proposed paper analyses some legal aspects of the "semantic heritage community generated data", with attention to (personal and non-personal) data protection and the possibilities of use/processing by public bodies and private companies.

THE MEDITERRANEA TOWARDS 2030
STUDIES AND RESEARCH ON HISTORICAL HERITAGE AND
ANTHROPIC LANDSCAPES, CONSERVATION AND REGENERATION

www.archistor.unirc.it

ArchistoR EXTRA 6 (2019)

ISSN 2384-8898

Supplemento di ArchistoR 12/2019

ISBN 978-88-85479-08-1

DOI: 10.14633/AHR145



***Cultural Heritage* UGC e tutela dei dati personali**

Angela Busacca, Melchiorre Monaca

Nuove tecnologie e modelli di fruizione del patrimonio culturale

Lo sviluppo e la diffusione delle nuove tecnologie, particolarmente di quelle in grado di permettere e favorire la circolazione e la condivisione dei flussi informativi attraverso dispositivi mobili ed applicazioni Cloud ed IoT, hanno reso possibile la realizzazione di sistemi integrati per l'acquisizione e la divulgazione delle conoscenze per la valorizzazione del patrimonio artistico e culturale¹. Tali sistemi evidenziano nuove correlazioni tra differenti insiemi di dati (accessibili direttamente dalla Rete) innescando nuove ed inedite modalità di trattamento e strutturazione delle informazioni, che richiedono una attenta riflessione dal punto di vista giuridico sulla classificazione e liceità delle attività di trattamento.

Nell'ambito di una comune redazione del saggio, i paragrafi *Nuove tecnologie e modelli...*, *La circolazione delle informazioni...* sono da attribuire a Angela Busacca. Il paragrafo *Fruizione "immersiva"...* è da attribuire a Melchiorre Monaca.

1. PAGANONI 2012; BIAGETTI 2016; AMODIO 2017; in particolare Amodio evidenzia come, in una visione dinamica e proiettata ad una logica di sviluppo, il valore attribuito ai beni culturali non debba essere parametrato solo sul valore intrinseco in una concezione "statica", ma altresì sulla «capacità di renderli beni patrimoniali e di migliorarne il grado di attrattività, facilitando le modalità di fruizione offerte agli utenti»: AMODIO 2017, p. 23.

Al contempo i sistemi integrati determinano nuove modalità di fruizione dei beni e di condivisione delle conoscenze che risultano più inclusive ed indirizzate ad un coinvolgimento sempre maggiore delle diverse fasce di (potenziali) utenti/fruitori. L'utilizzo degli strumenti digitali rende possibile, infatti, la fruizione dei beni in modalità *smart* con la realizzazione di "esperienze immersive" per gli utenti che ribaltano le modalità tradizionali di acquisizione delle informazioni², attuando percorsi partecipativi e creativi, nell'ambito dei quali la conoscenza sui beni e sul patrimonio artistico e culturale viene condivisa, diffusa e, come vedremo, incrementata anche con la collaborazione degli stessi utenti. Quelle che abbiamo indicato come modalità di fruizione *smart* del patrimonio artistico e culturale possono essere attuate attraverso strumenti che permettono, come testimoniato da alcune esperienze già realizzate sul territorio italiano³, di veicolare informazioni ed approfondimenti *on demand*, di realizzare tour virtuali e di ricreare, attraverso apposite applicazioni di "realtà aumentata", il contesto e la storia del bene artistico o del monumento in questione, permettendo quindi un fruizione maggiormente "dinamica" e coinvolgente. Tutte queste informazioni e servizi vengono forniti in tempo reale e veicolati tramite sistemi IoT e dispositivi/*device smart* interconnessi, realizzando così quella che viene definita una "fruizione immersiva" dei beni culturali, realizzata direttamente in loco attraverso l'installazione delle apposite strutture hardware (ad es., totem multimediali e targhette con QR-Code) e l'utilizzo dei sistemi software più appropriati. In questo modo i beni artistici e storico-archeologici che costituiscono il patrimonio culturale assumono la valenza di *smart cultural objects*⁴, e si inseriscono pienamente nel modello di *smart city*⁵, inteso come modello di partecipazione attraverso nuove tecnologie indirizzato al miglioramento della qualità della vita ed allo sviluppo sostenibile nonché alla creazione di nuove opportunità di crescita economica e valorizzazione dell'offerta culturale locale.

2. La fruizione pubblica del patrimonio culturale, come indicato nel Codice dei Beni culturali e del paesaggio, rappresenta una delle finalità (per alcuni lo stesso punto di sintesi) delle attività di tutela e valorizzazione; con riferimento all'impiego delle nuove tecnologie appare opportuno evidenziare una prima categorizzazione distinguendo tra le (più tradizionali) modalità fruizione in remoto attraverso i siti web ed i portali che propongono immagini, informazioni e ricostruzioni e tour virtuali alle quali l'utente può accedere da casa e le modalità che, invece, "accompagnano" e caratterizzano la visione diretta da parte dell'utente, veicolando in loco informazioni e servizi.

3. PAPI 2014; BOCCELLA- SALERNO 2015; CANTONE-MARRELLI-MOTTA 2015; AMODIO 2017.

4. GAIANI-APOLLONIO-MARTINI 2015.

5. CANTONE-MARRELLI-MOTTA 2015; BORDA-BOWEN 2017.

La nuova dimensione dei beni culturali come *smart cultural objects*, cioè “sorgenti e destinatari di informazioni avanzate”⁶ determina la nascita e la circolazione di flussi di informazioni e dati che permettono un diverso approccio alla conoscenza ed alla fruizione del bene. In questo senso l’esperienza dei primi “dimostratori *smart city*” applicati ai beni culturali ne ha evidenziato le grandi potenzialità, permettendo una più consapevole fruizione che “contribuisce, da un punto di vista formativo, allo sviluppo cognitivo, affettivo e sociale” della comunità.

Fruizione “immersiva” e user generated content

In questo modello di “fruizione immersiva” si inserisce anche la possibilità di corredare le informazioni ed i servizi offerti con filmati e contenuti multimediali creati e condivisi dagli utenti, veicolando quella che viene definita “conoscenza esperienziale”. Sul punto appare opportuno sottolineare che, nell’accezione che qui interessa, i contributi di conoscenza esperienziale sono rappresentati da UGC (*user generated content*), cioè prodotti multimediali realizzati dagli stessi utenti⁷, con strumenti e modalità non professionali, che possono avere ad oggetto una espressione od una esperienza personale correlata al bene culturale in questione; dalle presenti considerazioni restano esclusi pertanto tutti i profili relativi al cd. *marketing* esperienziale per i beni culturali attraverso contenuti predisposti dagli operatori.

In una società dell’informazione che moltiplica i flussi informativi e di conoscenza e che permette la condivisione di contenuti sempre più articolati e complessi e nella quale, al contempo, la dimensione esperienziale acquista sempre più rilevanza in diversi ambiti ascrivibili alle diverse aree mercato/non mercato del web, anche la fruizione del patrimonio culturale può arricchirsi di contenuti personalizzati dagli utenti che segnalano propri itinerari di visita o lasciano i propri commenti ed indicazioni sulle opere d’arte o sui beni culturali in oggetto; il circuito che viene a crearsi permette non solo la condivisione ma altresì l’arricchimento dei database ai quali gli (altri) utenti potranno, di volta in volta, fare riferimento.

6. GAIANI-MARTINI 2016.

7. LLUCH LAFUENTE, RIGHI 2011; GAIANI, MARTINI 2016; proprio in relazione agli UGC ed alla circolazione sui canali web, particolarmente sui SN, come è stato osservato, la tradizionale distinzione tra creatori e fruitori dei contenuti multimediali non riveste più il tradizionale valore classificatorio, ma registra piuttosto un continuo mutamento della “linea di confine” nella individuazione delle condotte lecite/illecite; l’incertezza sulla valenza dei comportamenti deriva non soltanto dalla ormai cronica situazione di lacuna normativa che caratterizza i fenomeni dell’universo web, ma altresì dalla prevalenza del momento fattuale, che attraverso la diffusione e reiterazione delle prassi, determina una prevalenza del momento applicativo e della regola tecnica sul profilo teorico-generale.

La considerazione dei beni culturali come *smart cultural objects* e l'impiego di strumenti IoT e di modalità AI permettono inoltre di creare una rete di conoscenza attraverso flussi di informazioni ("*semantic heritage community generated data*") che gli utenti scambiano tra di loro attraverso canali di condivisione, piattaforme social oppure attraverso operazioni di upload che permettono di inserire il contributo multimediale in un database o in un sito gestito da un soggetto terzo (che potrebbe essere il preposto alla gestione del bene culturale o un media manager responsabile della promozione del patrimonio culturale o ancora un soggetto preposto alla promozione in chiave di attività di mercato e sfruttamento economico). Possiamo così individuare una categoria di carattere generale che può essere indicata come "*Cultural Heritage UGC*" e che comprende le diverse tipologie di contributi realizzati e diffusi dagli utenti (dai più semplici ai più complessi: immagini, video, *vlog*, *SN stories*, prodotti multimediali con editing e montaggio di effetti musicali, realtà aumentata ed altro), inquadrandosi appunto nella tipologia dei *community generated data*.

La circolazione delle informazioni tra promozione della conoscenza e tutela dei dati

Su queste premesse ed in considerazione del crescente sviluppo, sia in termini quantitativi che qualitativi, dell'utilizzo delle tecnologie digitali per la valorizzazione e fruizione del patrimonio artistico, appare opportuno evidenziare alcuni profili giuridici relativi alla circolazione ed all'uso di tali UGC, con particolare riguardo alla tutela dei dati (personali e non personali) che in essi possono essere contenuti e che, attraverso le opzioni di upload e condivisione, vengono immessi e circolano in rete e possono essere oggetto di operazioni di trattamento o cedute a soggetti terzi; a titolo esemplificativo si considerino le *SN stories* realizzate in prossimità di un edificio o monumento storico, o ancora all'interno di una struttura museale e poi "postate" e diffuse on line, sia sui SN sulle pagine personali dell'auto-re/creatore che attraverso quelle dei suoi "contatti", attraverso il metodo della condivisione, sia sulle pagine social o sui portali della stessa struttura museale (o dell'ente che sovrintende al bene culturale) o su piattaforme a disposizione di altri utenti in modalità *open*.

Il sostrato normativo di riferimento non può che essere, al riguardo, quello offerto dai due Regolamenti UE in materia di tutela dei dati personali (Reg. 679/2016/UE, *General Data Protection Regulation*) e di circolazione dei dati non personali (Reg. 1087/2018/UE, *Free Flow of Non-Personal Data in the EU*) che, in materia di dati personali, pone il consenso dell'interessato, cioè del soggetto al quale i dati si riferiscono, come baricentro del sistema di liceità della circolazione e delle attività di trattamento. Se, dunque, non sembrano porsi particolari problemi per gli UGC postati e diffusi sui SN

tramite le pagine personali del soggetto autore/creatore (per i quali, altro profilo di criticità potrebbe casomai essere a liceità della ripresa in ambienti chiusi, quali ad esempio, musei e spazi espositivi⁸), per le quali il riferimento è alle condizioni di utilizzo del SN ed alle ordinarie regole sottese alla circolazione on line degli UGC, del tutto diversa appare l'ipotesi di UGC immesso, tramite *upload*, su sito, piattaforma o portale gestito da diverso soggetto.

In quest'ultimo caso, infatti, non potendosi in ogni caso invocare l'eccezione del considerando n.18 del GDPR⁹, il gestore dovrebbe predisporre una adeguata informativa ex art. 13 GDPR, prodromica all'acquisizione del consenso dell'interessato (in questo caso l'autore/creatore dell'UGC), indicando altresì le diverse opzioni dell'autorizzazione al trattamento, ad eventuali successive operazioni di trattamento (tra le quali anche profilazione e strutturazione) nonché alla (eventuale) cessione a terzi. L'acquisizione del consenso dovrà avvenire con i requisiti e le caratteristiche richieste dall'art. 6 del d.lgs. 196/2003 (cd. Codice Privacy, come novellato dal d.lgs. 101/2018 che di adeguamento al GDPR) e secondo i criteri e principi degli artt. 11 e 13. Il titolare, una volta acquisito il consenso, potrà poi utilizzare (e ri-utilizzare e trattare) gli UGC immessi dagli utenti per metterli a disposizione di altri utenti, per farne un data-base, per effettuare rilevazioni statistiche o strutturazioni in grado di offrire più articolate analisi in ordine alla fruizione ed alla valorizzazione del patrimonio culturale. A titolo esemplificativo, potrebbe immaginarsi un totem posto nei pressi dei resti archeologici posti sulla via Marina (quindi un bene archeologico posto in spazio aperto): tra i servizi offerti, attraverso visualizzazioni dirette, storia ed informazioni sulla Reggia romana, ricostruzione virtuale delle Terme, (eventuale) ricostruzione animata dell'utilizzo delle Terme; accanto a tali servizi potrebbe immaginarsi il posizionamento di una WebCam fissa con possibilità di registrare brevi filmati da parte degli utenti oppure un portale con database nel quale immettere ed archiviare, attraverso apposite applicazioni, gli UGC realizzati dagli utenti; in entrambi i casi l'utente avrebbe accesso mediante autenticazione

8. Il problema della liceità della ripresa e diffusione di immagini del patrimonio artistico contenuto nei musei ed in spazi espositivi inerisce al diverso profilo della titolarità esclusiva sui diritti di riproduzione e sfruttamento delle immagini dei beni culturali ed artistici ed alla possibilità del titolare (o del concessionario) di inibire a terzi non autorizzati l'uso delle stesse. In argomento si rimanda a Tribunale Firenze, 23 novembre 2018, che ha inibito l'uso (per fini commerciali) delle immagini del David di Michelangelo da parte di una società di servizi turistici che non aveva effettuato alcun tipo di richiesta di autorizzazione, comunicazione o pagamento di diritti di sfruttamento economico alle Gallerie dell'Accademia (appare opportuno specificare, peraltro, come oggetto dei servizi commercializzati fossero dei pacchetti turistici comprendenti anche il biglietto per la visita alle Gallerie con un prezzo maggiorato).

9. Si tratta della cd. *household exemption*, che sottrae all'operatività del GDPR i trattamenti ad uso strettamente "domestico" e non professionale effettuati tramite social network. Si veda FINOCCHIARO 2017; RICCIO-SCORZA-BELISARIO 2018; TOSI 2019; SCIADUONE-CARAVÀ 2019.



Figura 1. Rabarama, *Translettera*, Reggio Calabria 2000, <https://digilander.libero.it/camp13/foto/olympus/reggio-calabria/rc-lungomare-statua-Rabarama-1.jpg> (ultimo accesso 13 dicembre 2019).

o compilazione di un *form* a fini di identificazione (nel medesimo *form*, peraltro, dovrebbe essere indicato il link per l'acquisizione del consenso ex art. 13 GDPR); si tratterebbe in ogni caso, ed è bene sottolinearlo, di una attività senza finalità o carattere commerciale, ma finalizzata unicamente alla condivisione delle conoscenze cosiddette esperienziali. In questo modo, seppur nella semplicità dell'esempio proposto, si verrebbe a creare una nuova offerta di contenuti UGC fruibili dagli utenti (sempre attraverso visualizzazione diretta sul totem o dispositivi mobili sui quali visualizzare gli UGC con i commenti, le *review* e le indicazioni degli altri utenti) che potrebbero raccogliere il favore di quelle fasce di pubblico indirizzate ad una modalità dinamica di acquisizione delle informazioni e più propense ad una valutazione esperienziale.

Restano escluse, come già anticipato, le finalità economiche o le ipotesi di sfruttamento commerciale dei contributi raccolti e collazionati: la finalità di valorizzazione del patrimonio culturale e la condivisione indirizzata all'accrescimento delle conoscenze e della diffusione delle stesse attraggono i *Cultural Heritage UGC* nell'area cd. di "non mercato" del web ed in questo senso i "*community data*" assumono valore superindividuale ponendosi come indirizzati alla crescita culturale della comunità e si propongono altresì come volano di sviluppo e valorizzazione del territorio.

Bibliografia

- AMODIO 2017 - T. AMODIO, *Nuove tecnologie per la fruizione dei beni culturali. L'iniziativa "Salerno in particolare. Beni culturali ed innovazione"*, in «Bollettino Associazione Italiana di Cartografia», 2017, 160, pp. 22-35.
- BIAGETTI 2016 - M.T. BIAGETTI, *Un modello ontologico per l'integrazione delle informazioni del patrimonio culturale: CIDOC-CRM*, in «Italian Journal of Library, Archives, and Information Science», 2016, 3/7, pp. 44-77.
- BOCCELLA, SALERNO 2015 - N. BOCCELLA, I. SALERNO, *Beni pubblici e sviluppo urbano. Il progetto "smart cities living lab"*, in «LaborEst», 2015, 10, pp. 42-47.
- BORDA, BOWEN 2017 - A. BORDA, J.P. BOWEN, *Smart Cities and Cultural Heritage. A Review of developments and Future Opportunities*, in J. BOWEN, N. LAMBERT, G. DIPROSE (a cura di), *EVA London 2017: Electronic Visualization and the Arts*, Proceedings of the conference (London, United Kingdom July 10 - 13, 2017), London 2017, pp 9-18.
- CANTONE, MARRELLI, MOTTA 2015 - F. CANTONE, M. MARRELLI, E. MOTTA, *Smart Cities e identità culturale: l'approccio integrato del progetto OR.C.HE.S.T.R.A.*, in «Archeologia e calcolatori», 2015, 7, pp. 131-140.
- FINOCCHIARO 2017 - G. FINOCCHIARO, *Il nuovo regolamento sulla privacy e sulla protezione dei dati personali*, Zanichelli, Roma-Bari, 2017.
- GAIANI, MARTINI 2013 - M. GAIANI, B. MARTINI, *Processi e temi per una smartculturalcity*, in «Scires-IT», vol. 3, 2013, 2, pp. 1-40.
- GAIANI, APOLLONIO, MARTINI, 2015 - M. GAIANI, F. APOLLONIO, B. MARTINI, *From Cultural Objects to Smart Cultural Objects: a design framework*, in «Strategic Design Research Journal», 2015, 8, pp 21-28.
- LLUCH LAFUENTE, RIGHI 2011 - A. LLUCH LAFUENTE, M. RIGHI, *Internet e web 2.0*, UTET, Torino 2011.
- MIGLIORI ET ALII 2015 - S. MIGLIORI ET ALII, *ICT per il Cultural Heritage: possibili integrazioni con Sitar*, in «Archeologia e calcolatori», 2015, 7, pp. 83-88.
- PAGANONI 2012 - M.C. PAGANONI, *L'heritage in rete: social media e promozione del territorio*, in «Altre Modernità: Rivista di studi letterari e culturali», 2012, 1, pp. 233-247.
- PAPI 2014 - L. PAPI, *Il primo dimostratore Smart City applicato ai beni culturali*, in «Archeomatica», V (2014), 4, pp. 34-35.
- RICCIO, SCORZA, BELISARIO 2018 - G. RICCIO, G. SCORZA, M. BELISARIO, *GDR e normativa privacy. Commentario*, Wolters Kluiver, Padova 2018.
- SCIADUONE, CARAVÀ 2019 - R. SCIADUONE, E. CARAVÀ, *Il Codice della privacy*, Pacini, Pisa 2019.
- TOSI 2019 - E. TOSI, *Privacy digitale. Riservatezza e protezione dei dati personali tra GDPR e nuovo Codice della Privacy*, Giuffrè, Milano 2019.